

说,生态雕塑在某种程度上说,必须对生态环境有利,起码不能对生态环境产生破坏作用。生态雕塑不是一个本体论命题,而是一个开放、变化的公共性、社会性环境艺术,它只有在环境空间里,并和其它艺术景观相互映衬、比对、互融、共生,才能具有生态意义。生态雕塑一般放置在室外公共空间或与建筑空间相联系,它具有公众性特征。生态雕塑强调雕塑与自然、环境的和谐关系,它成为协调人与环境、自然的空间关系的重要手段,具有审美与实用的双重效应:也就是说,一方面它必须具备一定的审美形式,给人以审美感受与审美愉悦;另一方面它又必须具有生态效应,即对环境和生态起到积极的保护作用,有益于生态环境的良性发展。

生态雕塑是一种具有综合性特点的新型艺术形式,它将具有独立表现力的雕塑与由诸种因素联合构成的公共空间复合协调,合理地处理雕塑表现与整体环境的关系。生态雕塑在设计和规划过程中需要把握的要点有如下几个方面:

1. 雕塑设计要有一个大整体观,即雕塑作品与周围环境是一种和谐统一的并存关系。这种整体观是指包括雕塑在内的总体环境及其诸种因素所形成的一体化。生态环境中的雕塑设计追求场所环境中的雕塑与景物之间特定的构成形式前提下的设计,是特定环境中的独特构想与造型。

2. 生态雕塑的整体性包含了对雕塑

设立位置的选择、内容形式、体量尺寸、色彩肌理以及周边自然环境、建筑造型和雕塑的影响力范围等方面的考虑,它是周围自然环境、建筑环境和城市环境序列化的一个有机部分。

3. 生态雕塑设计在城市的整体布局 and 雕塑设置点的协调上有多种多样的选择可能。但是,它要与城市的历史、文化以及建筑、街道的特色协调一致,也就是说生态雕塑的设置必然受到既定空间和诸多环境条件的限制。它应该恰当地配置和处理好城市象征性雕塑、重大历史事件的纪念性雕塑和大型广场的装饰性雕塑的区域范围划分和连接。在场所设立生态雕塑应注意主从关系与重点把握,不可多层重复,应注意整体性与同一性。生态雕塑还应该充分包含和体现自然美学思想,追求物景协调、空间配置的自然和谐,不应将自然环境过度地“人工化”。

4. 居于公共空间场所的生态雕塑设计应与公众的审美心态、艺术取向相一致,关注艺术的公共性,重视雕塑与环境、大众的和谐与亲善。生态雕塑作为一种公共艺术具有强烈的现代风尚,采用新技术和新材料十分必要,只有这样才能突出时代特征。生态雕塑应该从大众认同与接纳的视角,注意与大众审美情趣的共鸣,具有公众参与的特性,在贴近大众喜好的前提下融入公众活动中。

(黄丹麾:博士、《荣宝斋》杂志编辑;刘晓陶:硕士、北京联合大学讲师)

development and social demand.

Keywords: urban sculpture; aesthetic psychology; environment; art education

常言道:“爱美之心人皆有之。”或许正是由于老祖宗们遗传下来的那份对于美的无以复加的执著与崇尚仍然残存在我们饥渴的灵魂之中,所以以“展现美”为己任的艺术不断从它神圣的祭坛走向世俗化,去安抚每一个平凡的心灵。循着这条轨迹,辅以前时代精神的召唤,我们就不难理解这些年来城市雕塑的异军突起和它越来越举足轻重的地位了。就在艺术家们为城市雕塑的备受关注感到欣喜若狂,意欲大刀阔斧地开始创作时,新的问题出现了:城市雕塑有别于架上雕塑那种纯艺术的自我表现,艺术家在创作时要把握哪些要素?而这些要素在共同构建作品的“精神内核”时又该如何平衡?城市雕塑在我国起步较晚。虽然缺少深厚的历史积淀,但它旺盛的发展态势和多维的创作方式是其他艺术门类所无法比拟的。这一切都昭示着它不可限量的发展潜力和空间。在高密度、快节奏的都市繁华笼罩之下,城市雕塑的作用日益凸现,艺术家的创作过程也犹如“上帝之手”,承载着太多的使命与责任。首要考虑的因素就是受众的共同审美心理结构;其次是要不断深入挖掘艺术家的艺术个性,即选取最恰如其分的艺术语言和表现形式使雕塑本身的形式与内容同客观的历史环境、地理环境和人文环境融合得天衣无缝;再次不容忽视的是城市雕塑的社会效益,即在社会生活中它能触及或辐射的纵深层面。

一、受众的共同审美心理结构是创作城市雕塑的基础要素

城市雕塑是为“公共而为之”的艺术。它所展现的是源于生活而又高于生活的艺术美,一旦忽视了构成生活的最基本要素——人的感受,它就成为“无源之水”、“无本之木”,失去了生命力。因此把公共环境下所有的受众整合为一个统一体,以它们共同的审美心理结构作为创作时最基础的依托是十分重要的,也是很容易被艺术家忽视的。著名雕塑家钱绍武先生曾经说过:“我们应该允许探索、鼓励探索,可也得有个原则。就是要真、善、美的新,不要假、恶、丑

中国城市雕塑三思

Reflections on Urban Sculpture

王旭东 陈星 by Wang Xudong & Chen Xing

摘要:城市雕塑凭借其独树一帜的艺术语言和表现方式,社会地位与日俱增。本文试从美学、环境因素、美育教学三个视角略析中国城市雕塑的创作问题,以期适应当前日新月异的时代发展和社会需要。

关键词:城市雕塑;审美心理;环境;美育

Abstract: With its distinctive art language and the form of presentation, the social status of city sculpture increased day by day. This paper simply analyzes the creation of city sculpture in terms of aesthetics, environmental factors and art education, in order to meet present rapid

的新;要人们看得懂的新,不要大家看不懂的新;要有利于人类发展的新,不要有害于人类发展的新。”钱先生提出的“三要、三不要”的审美价值标准和评判尺度已经提醒广大的艺术家要关注受众群的共同审美心理机制,既要立足于当前“人们看得懂的新”,又要具有前瞻性,创造符合人类发展规律、进步的“新”。

那么究竟什么是共同的审美心理结构,它又是如何形成的呢?就世界范围而言,它是全人类共同具有的审美心理形式。具体到特定的受众群,它又总是交融渗透着一定时代历史文化因素。在艺术领域,受众群被某些艺术品唤醒而引发深层心理活动,审美心理结构无数次得到锻炼、重塑和沉积,长此以往而致使受众群形成了趋同的心理模式且具有普遍性。城市雕塑,基于它在公共空间与某一特定的受众群体建立的新型对话关系,已经不能再将其视为艺术家个人审美心理与审美个性的单元运动。艺术家应充分考虑到受众的群体审美需要,将这种共同的心理结构作为一个元素纳入到创作之中,搭建起一座真正使艺术家与受众平等、自由、和谐沟通的桥梁。

一件城市雕塑作品的成功是综合艺术家创作与受众欣赏的双向运动。仅以艺术家对作品形态塑造的完成作为终结是不科学的。在这方面我们已经有很多失败的例子。比如城市雕塑中屡用的球形符号被群众戏虐地称为“顶个球”,比如“青春彩虹”被网迷嘲笑为“拉面女神”。这些至今听起来“刺痛”的教训还不足以引起艺术家们对共同审美心理结构的关注吗?当然,强调“为谁而艺术”的问题,把受众的共同审美心理结构作为创作的依托,决不是以牺牲艺术家的艺术个性为代价的,并不是要求艺术家为了迎合受众去降低作品的品位制作媚俗之作,而是以受众群的审美共同性作为基础创作“大家看得懂的新”。从这种“新”上表现出来的无论是艺术家审美心理的个性因素还是受众群审美心理的普遍性因素是具有一定范围的交集和可延续性的。因此艺术家们也无需担心会因受到受众审美共同性的影响而泯灭了创作中的自我成分。相反,无视受众心理这一重要环节往往会直接导致创作初衷与受众体验的严重断层。一件艺术品,我们允许有误读和误解在其中,这一方面由于艺术自身的规律,它给艺术

家一个彰显个性的舞台同时又为想象留有空间;另一方面由于受众所受时代、历史、社会、文化的制约而得出仁者见仁、智者见智的感悟。这些误读是积极的,它们停留在艺术层面,极大地丰富了作品的内涵,绝非贬低曲解到完全与艺术家的初衷背道而驰,甚至于将某些作品定位为“文化垃圾”!

“树高千尺,落叶归根”,受众的审美共同性是艺术家创造得以认可、引发共鸣的“根基”要素,同时也是艺术家攀登艺术高峰的阶梯!

二、历史、地理、人文环境是构建城市雕塑的“材料”

城市雕塑无论是为了社会教化的目的还是单纯的美化装饰都与周围的历史、地域、人文环境发生着千丝万缕的联系。艺术家在选择艺术语言和表达方式的同时应该把历史环境、地理环境和人文环境作为“材料”,合理和谐地运用到作品当中。一件成功的城市雕塑作品不仅仅是艺术家个性魅力的闪光,更应该凝聚着所处空间的文化品位和时代风尚。欣赏者可以聆听到来自历史的回响,观赏到作品与环境浑然天成的完美画面,触摸到人文精神的脉搏。那种割断作品与环境联系、妄图“放之四海而皆准”的做法在城市雕塑领域是无法实现的。

任何城市都有自身的历史具体性,涉及时代的前承后续、民族的兴衰发展、阶级的强弱对峙等等。城市雕塑要提炼出能为艺术所表现的历史精华,最大限度地反映城市的历史文化底蕴,在漫漫的历史长河中见证城市的成长。除了历史因素,地域环境对于创作城市雕塑的重要性是不言而喻的。艺术家要充分考虑到大自然的阳光雨露、地形地貌以及周围建筑景观的位置、规模、风格等等一切可能对城市雕塑产生影响的客观环境,使雕塑作品对外可以作为景致的延伸,对内构成空间环境不可或缺的组成部分,而不是以附属和点缀的身份出现。城市雕塑可谓是当前“最平易近人”的艺术形式,它在公共空间中的和谐程度要取决于与城市人群的生活方式、精神面貌的契合程度。比如深圳的《拓荒牛》就是这方面的典范,艺术家选取最具吃苦耐劳、勤勤恳恳的形象——“牛”作为艺术表现的样

式,将深圳人开发经济特区的历史人文因素作为“素材”融入其中,象征性地暗示深圳人艰苦创业、孜孜以求的精神,点石成金般地凸现出作品的“精神内核”。另一方面,人们已经不能满足于被动地欣赏,强烈地渴望与艺术品达成共识和互动。因此充满人文关怀和人性尊重的作品备受好评。

三、城市雕塑是美育的前沿阵地

随着时代的发展,信息交流、学科互渗的呼声越来越大。城市雕塑在吸纳来自哲学、社会学、历史学等其它学科精髓的同时也反作用于社会的各个领域。鉴于城市雕塑空间的特殊性,受众自愿不自愿地感受它的存在,在不经意间已经被“视觉强迫”接受了一次审美教育。由此可见,城市雕塑作为培养受众审美品位和欣赏水平的美育课堂具有广泛的群众基础。对非专业人士美育宣传的广度和强度是史无前例的;同时它适应了教育方式的改革,与课堂教学相配合,避免局限于特定人群和单一审美标准的程式化教学。从另一侧面看,优秀的城市雕塑作品也给业内人士以启迪和思考。因此,认真研发这块阵地,将对一个地区、一个城市乃至一个国家民众审美能力的塑造具有重大意义。

综上所述,尽管这三个要素自成体系,但它们又同处于纵横交织的网状结构之中,相辅相成,有条不紊地推动着中国城市雕塑走向更加广阔、健康、成熟的康庄大道!篇末,让我们静静地聆听艺术奏响的各种泛音,默默地感受艺术家雕塑作品时“沉甸甸”的思考,虔诚地为中国城市雕塑祝福吧!

参考文献

[1]杨恩寰 美学引论 辽宁大学出版社,2002年7月。

[2][美]维尔·杜兰特著 肖遥译 哲学的故事 中国妇女出版社 2004年12月。

(王旭东:河北农业大学艺术学院)

陈星:河北大学艺术学院)